

ABSTRAK

Pentingnya ekosistem bisnis dalam dunia bisnis sangatlah berpengaruh besar yang dimana ekosistem bisnis akan menciptakan efisiensi dan efektivitas yang membuat kemudahan dan harga yang cukup relatif murah dalam persaingan terhadap strategi organisasi terutama strategi promosi *online*. Pentingnya pembangunan ekosistem bisnis ini merupakan kunci keberhasilan dalam sebuah bisnis atau organisasi terutama pada pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui siapa dan peran serta bagaimana hubungan aktor-aktor yang terlibat dalam ekosistem bisnis. Pengukuran didapatkan berdasarkan dari empat parameter *social network* yaitu sentralitas *degree*, *betweenness*, *closeness*, dan *eigenvector*. Selain itu, penelitian ini memberikan tujuan dari bagaimana model ekosistem bisnis perusahaan yang bergerak pada pemasaran digital.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *social network analysis* dengan analisis deskriptif kuantitatif. Penelitian mengidentifikasi 32 responden berdasarkan organisasi yang terlibat dalam ekosistem bisnis pemasaran digital dengan indikator berdasarkan enam jenis aktivitas yang dilakukan dalam ekosistem bisnis pemasaran digital. Berdasarkan dari *social network analysis* maka akan terciptanya model ekosistem bisnis berdasarkan dari empat parameter yang diukur yaitu menggunakan sentralitas *degree*, *betweenness*, *closeness*, dan *eigenvector*.

Hasil penelitian memberikan bukti bahwa penting ekosistem bisnis terutama pada bidang bisnis pemasaran digital belum termasuk dalam kategori yang baik dimana informasi yang tersebar masih sering terhambat oleh beberapa kendala seperti penyampaian informasi perlu jeda waktu tertentu. Temuan lain pun membuktikan bahwa peran aktor-aktor masih belum sesuai dengan jenis aktivitas yang dilakukan dalam ekosistem bisnis pemasaran digital. Nilai yang diberikan pada setiap parameter masih dibawah rata-rata baik atau batas normal yang seharusnya. Selain itu penelitian ini membuktikan bahwa dengan *social network* bisa menciptakan model bisnis ekosistem yang didasari dari informasi yang diberikan antar aktor-aktor yang berperan dalam ekosistem bisnis pemasaran digital.

Kata kunci: Ekosistem Bisnis, Pemasaran Digital, Analisis Jejaring Sosial, Model Bisnis Ekosistem